

การปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในกลุ่ม Street Photo Thailand

ชัยภูมรัตน์ บ่อคำ⁴

พรพรรณ ประจักษ์เนตร⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสัญลักษณ์และความหมายที่กลุ่มสมาชิก Street Photo Thailand ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กันผ่านกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) ภายใต้อินโฟกราฟิก (Facebook Fanpage) รวมถึง 2) เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในกลุ่มสาธารณะ Street Photo Thailand

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสมาชิก 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มศิลปินช่างภาพที่เป็นแอดมิน จำนวน 6 ท่าน และกลุ่มสมาชิกทั่วไปจำนวน 6 ท่าน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ทั้งในกลุ่มสาธารณะ ตลอดจนงานกิจกรรมอย่างเป็นทางการที่ทางกลุ่ม Street Photo Thailand จัดขึ้น ได้แก่ กิจกรรม Photo Walk สแนปX สนุก ในวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2562 และ นิทรรศการ Bangkok Street Photography Festival 2020 ในวันที่ 21-23 กุมภาพันธ์ 2563

ผลการศึกษาพบว่า 1) ศิลปินช่างภาพกลุ่ม SPT ใช้ประโยชน์จากกลุ่มสาธารณะภายใต้อินโฟกราฟิก สร้างชุมชนออนไลน์สำหรับคนที่ชื่นชอบการถ่ายภาพสตรีทหรือภาพถ่ายข้างถนน (Street Photography) ที่ผู้ใช้เฟสบุ๊กสามารถกดเข้าร่วมเป็นสมาชิกทั่วไปเพื่อโพสต์ภาพถ่ายข้างถนนของตนเองได้ โดยพบสัญลักษณ์ที่สมาชิกต่างต่อรองความหมายกันนั้นคือ “ภาพถ่ายข้างถนน” สมาชิกมีการต่อรองแลกเปลี่ยนความหมายต่อสัญลักษณ์ ด้วยการนำเสนอภาพถ่ายสตรีทในแบบที่ตนเรียนรู้ความหมายและความเข้าใจจากประสบการณ์ก่อนหน้า หากไม่ได้รับการยอมรับในการตีความหมายนั้น จึงเริ่มศึกษา

⁴ นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

⁵ ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ภาพถ่ายของสมาชิกอื่น ๆ เพิ่มเติม เรียนรู้เทคนิคการถ่ายในแบบเดียวกับสมาชิกคนอื่น ๆ เพื่อที่จะสร้างสรรค์ภาพถ่ายข้างถนนให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เนื่องจากภาพถ่ายของสมาชิกทั่วไปจะถูกโพสต์บนกลุ่มได้ต้องผ่านการคัดกรองโดยแอดมิน ซึ่งจะเป็นคนกดอนุมัติภาพถ่ายให้เผยแพร่บนกลุ่มสาธารณะ นอกจากนี้พบว่าสัญลักษณ์ที่สมาชิกได้สร้างความหมายและใช้เพื่อปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่มสาธารณะคือ “SPT” ซึ่งใช้เรียกเป็นชื่อย่อของกลุ่ม และการใช้คำว่า “แอฟฟรอฟ” (Approved) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษตามแต่ที่แอดมินสะดวก โดยจะคอมเมนต์ไว้ใต้ภาพถ่าย เพื่อแสดงถึงภาพที่ผ่านการอนุมัติจากแอดมินผู้ที่เป็นคนคอมเมนต์ได้ภาพนั้น ๆ

2) อัตลักษณ์ร่วมที่สมาชิกทั้งแอดมินและสมาชิกทั่วไปสร้าง เกิดจากการรับรู้ความเป็นตัวตน ที่จากการสื่อสารภายในจิตใจ (Mind) นิยามตนเองเป็นผู้ที่ชื่นชอบการถ่ายภาพสตรีท และจากการจินตนาการมุมมองคนอื่นที่มีต่อช่างภาพสตรีท ซึ่งจากการรับรู้ตัวตนดังกล่าว ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมที่แสดงออกผ่านความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของช่างภาพสตรีท (Street Photographer) ด้วยการสร้างความรู้เกี่ยวกับวิธีการถ่ายภาพสตรีท และความใจในภาพถ่ายสตรีท นั้นคือศิลปะภาพถ่ายประเภทหนึ่ง นอกจากนี้คือการสร้างกฎระเบียบในการโพสต์ภาพ การคัดภาพที่เข้มข้นของแอดมิน และการเลือกโพสต์ภาพที่มีคุณภาพของสมาชิกทั่วไปเพื่อแสดงถึง (Represent) ภาพลักษณ์ของกลุ่ม รวมถึงคุณค่าที่สมาชิกได้สร้างร่วมกัน ที่แสดงออกมาในรูปแบบของกลุ่มคนที่รักการถ่ายภาพประเภทเดียวกัน นั่นคือภาพถ่ายสตรีท ที่ร่วมกันผลักดันวงการภาพถ่ายสตรีทให้เกิดกระแสที่คนหันมาสนใจมากขึ้น และให้กลุ่มเป็นที่รู้จักในฐานะสื่อกลางที่ให้ความรู้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่แสดงผลงานศิลปะภาพถ่ายสตรีทในไทย

คำสำคัญ: สัญลักษณ์, อัตลักษณ์, เฟซบุ๊กแฟนเพจ, กลุ่มสาธารณะ

Symbolic Interaction and Collective Identity Formation in the Street Photo Thailand Group

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the symbols and meanings used by Street Photo Thailand group members to interact with each other through the public group (Facebook Group) under a Facebook fan page, and 2) to study the creation of collective identities among members of the public group of Street Photo Thailand.

This research used a qualitative research methodology. The data were analyzed and collected using content analysis and in-depth interviews. The Key Informants were divided into two groups: six artists and photographers who are admins and six general members, and non-participating-in-group observers from public groups and the official events organized by the Street Photo Thailand group, such as the Photo Walk, Snap x Fun on 16-17 November 2019 and the Bangkok Street Photography Festival 2020 exhibition on 21-23 February 2020.

The results revealed that: 1) The result found the symbolic interaction that the members mutually negotiate the meaning of a “Street Photography” The members negotiate and exchange the symbolic meaning by presenting the street photography meaning from their experience learned and the understanding from the past. If the meaning interpretation is not accepted, the group members begin to communicate to discuss with other members. They additionally learn the other members shooting styles to share the shooting techniques with the rest of the group members to create the group acceptance of the street photography. Because the general members can post their photos on the group, the posts have to be filtered by admins, the person who approves the posting publicity in the public group. In addition, the results found a symbolic interaction in which members create the meaning and use on the public group is “SPT” (the abbreviation of the group name). The admins also used the word “Approved” (Thai or English) for commenting under the post to show their approvals.

2) Collective identity mutually created by admins and general members derived from the perception of identity both from communication within the mind of a person defining oneself as a street photography enthusiast and from the imaginations perspectives of the outsiders on street photographers. Thus, the perception of identity affects the creation of a collective identity expressed through the desire to create a positive image of the street photographers by providing knowledge of street photography and a passion for street photography as a type of photographic art. In addition, there is the creation of rules for posting photos. The admins intensively select and chose to post the quality images of the general members to 'represent' the image of the group and the values that the members have mutually created expressing in the form of a group of people who love the same photography type which is street photography. Their desires were to push the street photography industry into a trend that people are more interested in and to let the group be known as a center for education and as a display area for street photography art in Thailand.

Keywords: Symbolic, Identity, Facebook Fan page, Facebook Group

บทนำ

ตั้งแต่ “ภาพถ่าย” ถือกำเนิดขึ้นในปี ค.ศ. 1827 (พ.ศ. 2370) ช่างภาพในยุคนั้นได้ค้นหาพื้นที่และอัตลักษณ์ในความเป็น “ศิลปะ” ให้กับภาพถ่ายมาอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางศิลปะแขนงอื่น เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ฯลฯ ที่กีดกันภาพถ่ายออกจากแวดวงศิลปะ และมีฐานะเพียงรับใช้ศิลปะแขนงอื่น เพราะกล้องถ่ายภาพมีลักษณะของเครื่องจักรมากเกินไปและช่างภาพเป็นเพียงผู้จัดการทางด้านเทคนิคเท่านั้น ในปีคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อโลกเปลี่ยนไปเทคโนโลยีการถ่ายภาพจึงเปลี่ยนตามไปเช่นกัน กล้องถูกพัฒนาให้มีขนาดเล็กลง มีความคล่องตัว ฟิล์มมีความไวแสงมากขึ้น เพื่อใช้เทคโนโลยีอย่างคุ้มค่าจึงเกิดการถ่ายภาพที่เรียกว่า **สตรีท โฟโตกราฟี (Straight Photography)** เน้นคุณสมบัติของการถ่ายภาพเป็นหลัก บันทึกภาพถ่ายอย่างตรงไปตรงมา ถ่ายอย่างไรอัดขยายภาพออกมาอย่างนั้น ไม่มีการเติมแต่ง ซึ่งเป็นแนวคิดเชิงปรัชญาของศิลปะภาพถ่ายที่มีอิทธิพลตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 20 จนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ในยุคสมัยของลัทธิศิลปะหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ได้เรียกร้องให้ศิลปะภาพถ่ายใช้เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของสังคมและความเป็นไปของชีวิตปัจจุบันมากขึ้น รูปแบบการนำเสนอภาพจึงถูกพัฒนามาสู่ภาพถ่ายประเภท **สตรีท โฟโตกราฟี (Street Photography)**

หรือภาพถ่ายข้างถนน ที่มีการบันทึกภาพได้อย่างรวดเร็วและตรงไปตรงมาไม่เติมแต่ง เน้นเรื่องราวชีวิตประจำวันในแง่มุมต่าง ๆ บนท้องถนน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2561 : น. 2-42 ; นิตยา ชำนาญป่า, 2553)

สำหรับภาพถ่ายข้างถนน อูเชน อาเซ่ (Eugène Atget) ช่างภาพชาวฝรั่งเศส มีส่วนเชื่อมโยงภาพถ่ายข้างถนนสู่ภาพถ่ายศิลปะ (Fine Art Photography) ภาพของเขาสร้างความเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบ (Style) ด้วยการนำเสนอภาพบ้านเมืองในปารีสเพื่อเก็บภาพความเปลี่ยนแปลง ในช่วงปีค.ศ. 1897-1927) ทั้งสถานที่และสิ่งปลูกสร้างที่ดูว่างเปล่า ซึ่งแตกต่างจากภาพทั่วไปที่มักจะเต็มไปด้วยผู้คน เช่น ภาพร้านกาแฟที่มีคนนั่งอยู่จำนวนมาก สิ่งนี้คือจุดเชื่อมโยงให้งานของอาเซ่ที่ถือเป็นจุดกำเนิดของภาพสตรีทหรือภาพถ่ายข้างถนน จากการตั้งคำถามและการนำเสนอที่แตกต่างจากความเป็นจริง ภาพของอาเซ่ทำให้คนดูตั้งคำถามว่าศิลปินคิดอะไรกับสิ่งที่นำเสนอ งานของอาเซ่จึงมีอิทธิพลในเรื่องแนวคิด (Concept) และให้คำตอบเรื่องการมีอยู่หรือไม่มีคนในภาพนั้นไม่ใช่ปัจจัยของงานภาพถ่ายข้างถนน นอกจากนั้นยังมี อองดรี เคียกเตสซ์ (André Kertész) ช่างภาพชาวฮังการี งานของเขาพัฒนาไปสู่จัดสำคัญของศิลปะด้านภาพถ่าย ด้วยการวางรากฐานความคิดแปลกใหม่ หรือมุมมองใหม่ที่มากกว่า

แค่การจับภาพเฉย ๆ ทดลองถ่ายในด้วยการวางองค์ประกอบแปลกใหม่เสมอ และเป็นช่างภาพคนแรกของโลกที่จัดแสดงผลงานนิทรรศการภาพเดี่ยวของตนเองในปีค.ศ. 1927

งานของฮองดรี มีอิทธิพลต่อช่างภาพยุคต่อมาคือ ฮองรี คาทิเอ เบรซอง (Henri Cartier-Bresson) เป็นผู้นิยามปรัชญา “The Decisive Moment” หรือ**เสี้ยววินาทีที่สำคัญ** ที่เป็นกุญแจสำคัญของการถ่ายภาพชีวิตข้างถนน กล่าวคือ ภาพอันมีที่มาจากเรื่องราวของจังหวะเวลา โอกาส บวกประสบการณ์ และกระบวนการความคิด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2561 : น. 2-18) ในปีค.ศ. 1952 เขาได้ตีพิมพ์หนังสือในชื่อเดียวกันนี้และกลายเป็นตำราการถ่ายภาพสตรีทเล่มแรกที่มีอิทธิพลต่อช่างภาพระดับโลกในยุคต่อมา แนวทางการถ่ายภาพสตรีทได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่อง มีการถกเถียงถึงแนวทางการสร้างสรรค์ พัฒนาเทคนิคใหม่ ๆ จนมาถึงยุค 2000 ที่วงการสตรีทได้ก่อตัวเป็นคอมมูนิตี้ออนไลน์ทั่วโลก เกิดความพยายามรวมตัวกันของศิลปินช่างภาพเพื่อความเป็นกลุ่มก้อนในการเผยแพร่ผลงานภาพถ่ายสตรีทและร่วมกันผลักดันวงการสตรีท เช่น คอลเลกทีฟ “iN-PUBLIC” ของประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นกลุ่มต้นแบบที่เป็นแรงบันดาลใจในการก่อตั้งคอลเลกทีฟ Street Photo Thailand (อาทิศย์ เลิศ-รักษ์มงคล, 2559 : ออนไลน์) การรวมกลุ่มกันของ

ช่างภาพ หรือศิลปินในวงการศิลปะแขนงต่าง ๆ มักจะใช้การเรียกการรวมตัวกันลักษณะนี้ว่า ‘คอลเลกทีฟ’ (Collective) เนื่องจากเป็นคำที่สื่อถึงความรู้สึกของการรวมตัวกันทางความคิด ความเชื่อหรือความต้องการที่คล้ายกัน มากกว่าคำว่า ‘กลุ่ม’ (Group) (ไฉค, สัมภาษณ์, 19 มิ.ย. 2565)

Steet Photo Thailand หรือ SPT มีจุดเริ่มต้นจากความพยายามรวบรวมศิลปินช่างภาพในประเทศไทยที่ชื่นชอบหรือสนใจในวิธีการถ่ายภาพแนวสตรีท เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งมีเว็บไซต์ www.streetphotothailand.com ที่แสดงรายชื่อสมาชิกศิลปินช่างภาพของกลุ่ม ปัจจุบันมีทั้งหมดรวม 29 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มิ.ย. 65) รวมไปถึงลงข่าวสารกิจกรรมวงการภาพถ่ายบทความให้ความรู้เกี่ยวกับภาพถ่ายสตรีท ซึ่งใช้รูปแบบเดียวกันกับคอลเลกทีฟ iN-PUBLIC อย่างไรก็ตาม SPT ยังมีแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนให้ได้มากที่สุด นั่นคือแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) เนื่องจากปัจจุบันถือเป็นยุคสมัยที่สื่อโซเชียลออนไลน์เฟื่องฟู โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่รวบรวมกลุ่มคนที่ทำกิจกรรมร่วมกันในอินเทอร์เน็ตจนเกิดเป็นชุมชนออนไลน์ โดยผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้ ด้วยการส่งข้อความส่วนตัว (Chat) เขียนข้อความบนพื้นที่หน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวและของเพื่อน โฟ

สตภาพถ่าย แชรข่าวสารจากแหล่งเว็บไซต์อื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ใช้อย่างยังสามารถสร้างกลุ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มสมาชิกที่มีขนาดใหญ่ ในรูปแบบของแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) เป็นสังคมออนไลน์ที่รวมตัวกันของผู้ที่ชื่นชอบอะไรคล้ายกัน โดยผู้ใช้เฟซบุ๊กจะต้องกด “ถูกใจ” (Like) ที่หน้าแฟนเพจเพื่อติดต่อสื่อสารกับเจ้าของแฟนเพจหรือแอดมิน (Admin) และสมาชิกคนอื่น ๆ (ศิขรา ศิริสาร, 2556)

แฟนเพจเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่ตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์ กระจายข่าวสาร เพื่อให้กลุ่มคนจำนวนมากได้รับรู้ นอกจากนี้ภายใต้แฟนเพจยังมีกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) ที่ทุกคนสามารถค้นเจอได้ สามารถโพสต์และคอมเมนต์กับสมาชิกภายในกลุ่มได้ ถือเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม ทั้งในด้านการสื่อสารของกลุ่มคนที่มีความสนใจเหมือนกัน แม้กระทั่งการสื่อสารเชิงธุรกิจที่ใช้กลุ่มสาธารณะเฟซบุ๊กในการทำตลาดออนไลน์ (Vanitvha Wankawisant, 2563 : ออนไลน์) ทั้งนี้คอลเลกทีฟ SPT จึงใช้ประโยชน์จากกลุ่มสาธารณะภายใต้แฟนเพจเฟซบุ๊ก สร้างชุมชนออนไลน์กลุ่ม “Street Photo Thailand” เพื่อเป็นพื้นที่ให้คนที่สนใจในภาพถ่ายสตรีทและต้องการมีพื้นที่เผยแพร่ผลงานภาพถ่ายของตนเอง ได้เข้ามาโพสต์เพื่อแชร์ให้สมาชิกคนอื่น ๆ ได้เห็น และเพื่อได้พูดคุย

แลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับการถ่ายภาพสตรีทร่วมกัน โดยผู้ใช้เฟซบุ๊กที่กดเข้าร่วมกลุ่ม (Join) จะถือเป็นสมาชิกทั่วไป โดยมีสมาชิกศิลปินช่างภาพของกลุ่ม SPT เป็นแอดมิน ที่ช่วยกันคัดกรองภาพของสมาชิกทั่วไปที่โพสต์เข้ามาอย่างเข้มข้น โดยพื้นที่บนกลุ่มสาธารณะของ SPT เปรียบเสมือนแกลลอรี่ (Gallery) ที่คัดกรองภาพที่เข้าฉายภาพแนวสตรีทเท่านั้น มีการสร้างกฎระเบียบ อธิบายเงื่อนไขของลักษณะภาพถ่ายแนวสตรีทที่ทางแอดมินจะกดอนุมัติให้เผยแพร่ลงบนกลุ่ม หรือที่สมาชิกรับรู้ร่วมกันว่า “การแอฟฟวพ” (Approve) นอกจากนี้กลุ่ม SPT ยังมีกิจกรรมออฟไลน์อื่น ๆ ที่จัดขึ้น อาทิ นิทรรศการภาพถ่าย (Exhibition) เวิร์คชอป (Workshop) สอนถ่ายภาพสตรีท โฟโต้วอล์ค (Photo Walk) งามเสวนาภาพถ่าย การประกวดแข่งขันภาพถ่ายสตรีท เป็นต้น เพื่อสร้างกระแสนิยมของภาพถ่ายแนวสตรีท ผลักดันให้เกิดศิลปินช่างภาพสตรีทหน้าใหม่ สร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มเป็นที่ยอมรับในต่างชาติ รวมไปถึงสามารถขับเคลื่อนวงการศิลปะในไทยให้คึกคักโดยที่ผ่านมากลุ่ม SPT เป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีจำนวนสมาชิกทั่วไปในกลุ่มสาธารณะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง 1 แสนคน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มิ.ย. 65)

กลุ่ม Street Photo Thailand ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2555 ซึ่งเป็นคอลเลกทีฟ (Collective)

รวบรวมช่างภาพสตรีทกลุ่มแรกและกลุ่มเดียวในประเทศไทย (ปัจจุบันมีคอลเลกทีฟช่างภาพสตรีทกว่า 102 กลุ่ม ทั่วโลก ที่ได้รวบรวมรายชื่อไว้โดย www.ExibartStreet.com) อีกทั้งยังคงดำเนินกิจกรรมทั้งในออนไลน์และออฟไลน์มาจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสัญลักษณ์และความหมายที่สมาชิกสร้างร่วมกัน ผ่านการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกบนกลุ่มสาธารณะ ภายใต้แฟนเพจเฟซบุ๊ก Street Photo Thailand ตลอดจนศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในกลุ่มสาธารณะ Street Photo Thailand ว่ามีกระบวนการอย่างไรที่ส่งผลให้กลุ่มกลายเป็นที่รู้จักและถูกยอมรับในต่างประเทศจากการมีสมาชิกกลุ่มได้รางวัลการประกวดภาพสตรีทในเวทีระดับโลก เช่น Miami Street Photography Festival และ StreetFoto San Francisco รวมถึงเป็นกลุ่มที่ยังคงมีสมาชิกหน้าใหม่เข้ามาโพสต์ภาพอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาสัญลักษณ์และความหมายที่กลุ่มสมาชิก Street Photo Thailand ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กันผ่านกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) ภายใต้แฟนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage)

2. เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) Street Photo Thailand

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์คือสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากสังคมในภายหลัง ไม่ได้ติดตัวเรามาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการนิยามตัวตนว่าเราเป็นใคร จากการปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยอัตลักษณ์เป็นตัวกำหนดขอบเขตว่า เราเป็นใคร เราเหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร มีใครเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกันกับเราบ้าง และเราควรมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร กล่าวคือในด้านหนึ่งอัตลักษณ์เป็นปฏิสัมพันธ์ที่เราู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกันกับคนอื่น (Self-ascription) และคนอื่นก็ต้องรู้สึกเป็นพวกเดียวกับเราเช่นกัน (Ascription by Others) (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2560 : น. 686 อ้างถึงใน พันธกานต์ ทานนท์, 2564)

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) กล่าวว่า การก่อรูปของอัตลักษณ์มีเนื้อหามาจากจิตสำนึกส่วนตัวหรือความคิดของปัจเจกและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ซึ่งเกิดจากการนิยามว่า ตัวเองคือใคร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่นและสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายหรือ

สัญลักษณ์ในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว หรือแสดงถึง (Signify) สิ่งอื่น ทั้งตัวเราและสภาพแวดล้อม โดยกระทำการผ่านการสร้างสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลครอบงำภายในสังคมนั้น ๆ เช่น ภาษา เครื่องแต่งกาย ท่าทาง ภาพลักษณ์ และวัตถุต่าง ๆ ทำให้อัตลักษณ์กลายเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทอย่างไม่รู้จักจบ และสร้างขึ้นตามสถานการณ์เฉพาะหน้า

นักคิดในสายปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) มองว่าอัตลักษณ์คือสิ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เชื่อว่าสังคมและปัจเจกบุคคลเป็นปรากฏการณ์ที่สัมพันธ์กันและไม่สามารถแยกจากกันได้ ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเราพัฒนามาจากปฏิกิริยาของเราต่อความเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตัวเรา Charles Cooley เรียก “ตัวตน” ที่เกิดจากกระบวนการนี้ว่า “ตัวตนในกระจกเงา” (The looking glass self) อันประกอบไปด้วยภาพลักษณ์ของเราที่เราเห็นต่อตนเอง และภาพลักษณ์ที่เราจินตนาการเกี่ยวกับการตัดสินของผู้อื่น ตลอดจนปฏิกิริยาและความรู้สึกต่าง ๆ ของเราต่อจินตนาการดังกล่าว ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกที่เรามีต่อตนเอง เช่น ความภูมิใจหรือรู้สึกต่ำต้อย นอกจากนี้ George Herbert Mead ได้ศึกษาพัฒนาการความรู้สึกเกี่ยวกับ “ตัวตน” ที่ก่อกำเนิดจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ พบว่า **กลไกสำคัญของการสร้างตัวตนคือ การ**

เรียนรู้ที่จะสวมบทบาท (Role-taking) ของผู้อื่น รวมทั้งเรียนรู้ “ภาษา” ซึ่งเป็นช่องทางถ่ายทอดสัญลักษณ์และกฎเกณฑ์ของสังคม Meadเสนอแนวคิดตัวตนที่มี 2 ด้าน ที่ปะทะสังสรรค์กันตลอดเวลา ด้านหนึ่งคือ “me” ตัวตนอันเกิดจากความเห็นและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น กล่าวคือ เป็นผลจากการประเมินและซึมซับทัศนะผู้อื่น อีกด้านคือ “I” ตัวตนที่เป็นลักษณะเฉพาะของเราเอง สัมพันธ์กับ me ด้วยการพยายามที่จะประสาน me ที่หลากหลายเข้าด้วยกัน แสดงให้เห็นว่า I มีชีวิตจิตใจของสังคม I มีอิสระที่จะเลือกแสดงออก (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546 : น. 25-26) อัตลักษณ์จึงเป็นความรู้สึกนึกคิดว่า “ฉันคือใคร” โดยเกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับตัวเราและผู้อื่น ผ่านการที่ตัวเรามองตนเองและคิดว่าผู้อื่นมองเราอย่างไรในขณะนั้น

อัตลักษณ์จึงเป็นปริณิณทลที่เชื่อมต่อกันระหว่างชั่วทั้งสอง ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์คือ “ความเป็นปัจเจก” หรือตัวตน ที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับทางสังคม (Social Aspect) ซึ่งสังคมกำหนดบทบาทและหน้าที่กับคุณค่าที่ติดมา เช่น ความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อนม มิฉะนั้นแสดงถึงอัตลักษณ์เป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) ที่แสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ อีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์สัมพันธ์กับมิติ “ภายใน” ของตัวเราทั้งด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เพราะ

มนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตนเองในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลก ดังนั้นปริมณฑลของ Identity และ Subjectivity จึงซ้อนทับกันอยู่ ทั้งนี้มีการแบ่งประเภทของอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) (Kath Woodward, 2004 อ้างถึงใน ชนรรณพร ศฤงคารนนท์, 2552 : น.9)

อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) คือการที่ปัจเจกบุคคลมีเสรีภาพในการเลือกรูปแบบอัตลักษณ์ที่ตนเองอยากเป็น ส่วนอัตลักษณ์สังคม (Social Identity) คือการที่ปัจเจกบุคคลมองความสัมพันธ์ตัวเองกับกลุ่มแล้วนิยามความหมายของตัวเองต่อการเป็นสมาชิกกลุ่มนั้น ซึ่งปัจเจกบุคคลมักจะรับเอาอัตลักษณ์ของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกมาเป็นอัตลักษณ์ของตนเองด้วย อัตลักษณ์ภายในบุคคลจึงสามารถเคลื่อนย้ายไปมาได้บริบทสังคมที่แตกต่างกัน และสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างหลากหลายได้ในสถานการณ์ที่แตกต่างออกไปเช่นกัน เมื่อบริบทเปลี่ยนไปค่านิยมของอัตลักษณ์ก็สามารถเปลี่ยนไปด้วย เช่นเดียวกับอัตลักษณ์ในโลกออนไลน์ ที่สามารถสิ้นไหล ไม่ตายตัว (อภิญาเพื่องฟูสกุล, 2546 อ้างถึงใน ศิขรา ศิริสาร, 2556 : น. 7) สอดคล้องกับ จุฑามาศ ทองแก้ว (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของ

วัยรุ่นในมิติทางสังคม” โดยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดจากการเข้ามาแสดงตัวตน หรือแสดงความคิดเห็นผ่านการใช้ภาษา และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เป็นเนื้อหาจากการแสดงความคิดเห็นในข่าวสารที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอในแต่ละวัน ผู้ที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำจะสามารถเข้าใจความหมายได้ทันที เช่นคำว่า เท ที่หมายถึง การผัดนัดหรือการถูกทิ้ง ทั้งนี้ภาษามีพลวัตการเปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา อัตลักษณ์ดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานของความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอัตลักษณ์ร่วมที่กลุ่มวัยรุ่นให้การนิยามและให้ความหมาย คือการใช้ภาษาตัวหนังสือจากการเข้ามาแสดงออกทางความคิดในด้านมิติสังคมประเด็นต่าง ๆ เนื่องจากภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นใช้นั้นเป็นคำที่มีความหมายเข้าใจกันในกลุ่มวัยรุ่น เกิดจากการคิดคำขึ้นมาใหม่และการให้ความหมายคำต่าง ๆ ขึ้นมาโดยอาศัยสัญญาะในการแปลความหมาย รวมทั้งการดัดแปลงคำพูด การใช้รูปภาพแสดงอารมณ์ความรู้สึกในการแสดงความคิดเห็น สรุปได้ว่าสิ่งที่ถือเป็น อัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ คือ อัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วม มีลักษณะเป็นนามธรรมจากการแสดงอารมณ์ ความรู้สึกผ่านตัวหนังสือต่อเรื่องราวข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ ที่มีต่อเรื่องราวนั้น ๆ ที่เกิดจากจิตสำนึกของความ

ถูกต้อง ความรักชาติร่วมกันทางสังคม ไม่ว่าจะเป็น การแข่งขันกีฬาทีมชาติไทย ความถูกต้องของโรคภัยไข้เจ็บ ส่งผลให้ผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดความรู้สึกและสำนึกร่วมโดยบรรยายหรือแสดงออกทางความคิดเห็นผ่านตัวหนังสือบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองความคิดและได้รับรู้ว่ามีคนกลุ่มหนึ่งที่รู้สึกแบบเดียวกับตัวเอง รวมถึงการเป็นพลเมืองในสังคมที่เข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใช้งานคนอื่นในสังคมได้ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราเป็นใครและคนอื่นเป็นใคร โดยกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดอัตลักษณ์เพื่อศึกษาว่าสมาชิกมีการรับรู้ความเป็นตัวตนที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับกลุ่ม Street Photo Thailand อย่างไร ดังที่ อภิญา เพ็ญพัสกุล (2543) กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลจากโครงสร้างทางสังคม ซึ่งแยกไม่ออกระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคมที่ทับซ้อนกันอยู่ สังคมเป็นสิ่งที่หล่อหลอมความเป็นตัวตน ขณะเดียวกันตัวตนก็หลอมรวมกันเป็นสังคม สมาชิกร่วมกันสร้างอัตลักษณ์ที่ทำให้กลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่นหรือไม่อย่างไร อีกทั้งเพื่ออธิบายว่าการเข้ามาโพสต์ภาพถ่ายข้างถนน

แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองระหว่างสมาชิก รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มมีการสร้างและแสดงอัตลักษณ์ทางสังคม

2. แนวคิดเรื่องปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism)

ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ เป็นทฤษฎีหลักในทางสังคมวิทยา ให้ความสำคัญกับการให้ความหมายต่อสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในสังคม และการกระทำที่แสดงออกมาระหว่างคนและสัญลักษณ์ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนพื้นฐานการเรียนรู้ของมนุษย์ที่มีผลต่อการกระทำหรือละเว้นการกระทำในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

George Herbert Mead นักจิตวิทยาสังคม ได้กล่าวสาระสำคัญไว้ว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลในสังคมนั้นอยู่ที่การมีและการใช้ความหมายร่วมกัน กล่าวคือ การกระทำระหว่างกันของคนในสังคมจนเกิดเป็นความสัมพันธ์กันขึ้นนั้น เป็นเพราะการใช้สัญลักษณ์ร่วมกัน (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2551 : น.100-101) นอกจากนั้นกระบวนการของการกระทำที่บุคคลมีต่อสัญลักษณ์ส่งผลให้บุคคลจะสื่อสารตีความและตอบสนองต่อสัญลักษณ์บนพื้นฐานของการตีความในแต่ละบุคคล กล่าวคือคนเราจะเข้าใจต่อสัญลักษณ์ต่างกันเพราะอิทธิพลของประสบการณ์ภูมิหลัง (ศิรา ศิริสาร, 2556 : น. 8) นอกจากนี้ Mead ได้ระบุสิ่งที่ทำ

ให้มนุษย์แตกต่างจากสัตว์คือกลไกทางความคิดที่ทำให้มนุษย์รู้จักวางแผนและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เข้ากับสถานการณ์ โดยรู้จักสื่อสารกับคนอื่นผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งสัญลักษณ์ที่สำคัญที่สุดคือ “ภาษา” รู้จักที่จะตีความสิ่งที่ผู้อื่นพูดและตอบได้ รวมไปถึงมีสำนึกว่าผู้อื่นมีความรู้สึกนึกคิดตามแบบของเขาเอง จงเรียนรู้ที่จะทำความเข้าใจผู้อื่นว่าคิดเห็นอะไร ตีความสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างไร ซึ่งกระบวนการได้ตอบนี้ต่างตีความหมายให้กันและกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ยึดหยุ่นไปตามสถานการณ์และบริบท (สุภาวศ์ จันทวานิช, 2551 : น. 127-128)

Herbert Blumer (1969) กล่าวว่า ประสพการณ์ที่มนุษย์ได้รับล้วนผ่านกระบวนการของการแปลความหมายทั้งสิ้น ทั้งวัตถุ ผู้คน สถานการณ์ หรือเหตุการณ์ ทุกสิ่งไม่มี ความหมายในตัวมันเอง แต่เป็นความหมายที่เกิดจากแนวคิดของแต่ละบุคคล การให้ความหมายแก่ประสพการณ์ที่ได้รับนั้นเกิดจากความตั้งใจของมนุษย์มิใช่เรื่องบังเอิญ พฤติกรรมของมนุษย์เป็นการตีความทางสัญลักษณ์ซึ่งสามารถทำความเข้าใจได้ มนุษย์ให้ความหมายโดยผ่านการช่วยเหลือจากผู้อื่นจากการปฏิสัมพันธ์ และได้กำหนดความหมายของประสพการณ์ที่ได้รับร่วมกันขึ้นมา

Blumer ได้ขยายความคิดของ Mead และสรุปหลักการพื้นฐานของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์ให้ความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ รอบตัวรวมตัวเราเอง และปฏิบัติต่อสิ่งนั้นบนพื้นฐานตามความหมายที่มนุษย์ให้แก่มัน
2. ความหมายของสิ่งต่าง ๆ ได้มาจากหรือเกิดขึ้นจากการที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมและบุคคลอื่น ๆ
3. ความหมายจะเปลี่ยนแปลงผ่านกระบวนการตีความหมายของมนุษย์ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ต่อสิ่งที่เขาเผชิญปรากฏการณ์หรือความจริงทางสังคมจึงไม่สามารถคาดเดาล่วงหน้า เนื่องจากมนุษย์มีความสามารถในการตีความซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ของมนุษย์เอง (Blumer, 1969 : p. 2-5 อ้างถึงใน ชัญญุรักษ์ บ่อคำ, 2561)

จากมุมมองของ Blumer ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ไม่ได้ปฏิเสธการมีอยู่จริงของวัตถุต่าง ๆ ในโลกที่เราเห็น เพียงแต่มีความเป็นไปได้ที่ปัจเจกบุคคลจะมีการนิยามของวัตถุต่าง ๆ แตกต่างกันในวัตถุเดียวกันได้ เพราะเรียนรู้ถึงความหมายของวัตถุต่าง ๆ แตกต่างกันตามกระบวนการกล่อมเกลาทางสังคมที่เขาได้รับ เช่น ต้นไม้ ในมุมมองนักพฤกษศาสตร์ ย่อมแตกต่าง

จากมุมมองคนสวน เป็นต้น (รุ่งนภา ยรรยงเกษม
สุข, 2556 : น. 82)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิง
สัญลักษณ์ เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มสาธารณะ
ภายใต้แฟนเพจเฟซบุ๊ก Street Photo Thailand
ต่อการสร้างความหมายและสัญลักษณ์ที่ใช้ใน
กลุ่ม สมาชิกมีการต่อรองความหมายต่อ
สัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นในกลุ่มอย่างไร โดยนำ
แนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ประยุกต์ใช้กับ
แนวคิดอัตลักษณ์ เพื่อศึกษาการปฏิสัมพันธ์กัน
ระหว่างสมาชิกผ่านสัญลักษณ์ ที่ก่อให้เกิดอัต
ลักษณ์ร่วมกันของกลุ่มสมาชิก Street Photo
Thailand

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย “การปฏิสัมพันธ์เชิง
สัญลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในกลุ่ม
Street Photo Thailand” เป็นการศึกษาวิจัยเชิง
คุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อ
พิจารณาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับ
สภาพแวดล้อมนั้น โดยการแสวงหาความรู้ซึ่งเน้น
ข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด ทัศนะ การให้
ความหมายหรือให้นิยามสถานการณ์ต่าง ๆ โดย
มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา
(Content Analysis) เพื่อศึกษาการสร้างอัต

ลักษณ์ร่วมของกลุ่มสมาชิกกลุ่ม Street Photo
Thailand และสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์
กลุ่ม จากการรวบรวมข้อมูลเอกสาร อาทิ เว็บไซต์
และแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage)
Street Photo Thailand รวมถึงทำการศึกษา
ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนชุมชนออนไลน์
ในกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) ภายใต้
แฟนเพจเฟซบุ๊กของกลุ่ม Street Photo Thailand
โดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์ และแนวคิดการ
ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ เป็นแนวทางหลักใน
การวิเคราะห์

**ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-
Depth Interview)** การศึกษาในส่วนนี้เป็นการ
วิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจสัญลักษณ์และการ
สร้างความหมายในการปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่ม
Street Photo Thailand ของสมาชิก 2 กลุ่ม ได้แก่
1) สมาชิกศิลปินช่างภาพของกลุ่ม Street Photo
Thailand ซึ่งมีบทบาทเป็นแอดมิน (Admin) บน
กลุ่มสาธารณะ มีสมาชิกทั้งหมด 29 คน (ข้อมูล
ณ วันที่ 1 มิ.ย.) 2) สมาชิกทั่วไป มีสมาชิกทั้งหมด
1 แสนคน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มิ.ย.) ซึ่งเป็นผู้ใช้เฟ
ซบุ๊กที่มีความสนใจในภาพแนวสตรีทหรือ
ภาพถ่ายข้างถนน (Street Photography) และได้
กดเข้าร่วมกลุ่มสาธารณะ Street Photo
Thailand

**ส่วนที่ 3 การสังเกตแบบไม่มีส่วน
ร่วม (Non-Participant Observation)** ทั้งในกลุ่ม

สาธารณะ (Facebook Group) ซึ่งผู้วิจัยได้กดเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มตั้งแต่วันที่ 19 มีนาคม 2561 และในงานกิจกรรมออฟไลน์อย่างเป็นทางการที่กลุ่มจัดขึ้น ได้แก่ กิจกรรม Photo Walk ถนนสุขุมวิท ในวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2562 และ นิทรรศการ Bangkok Street Photography Festival 2020 ในวันที่ 21-23 กุมภาพันธ์ 2563

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยเริ่มจากศิลปินช่างภาพผู้ก่อตั้งกลุ่มแนะนำต่อไปเรื่อย ๆ โดยเรียกกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งผู้วิจัยเลือกตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มละ 6 คน รวมเป็น 12 คน โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งในกลุ่มสาธารณะบนเฟซบุ๊กและกิจกรรมออฟไลน์ที่กลุ่ม Street Photo Thailand จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 1 ปี

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive) ซึ่งได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการจดบันทึกจากสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ เหตุการณ์ที่มองเห็น วิเคราะห์ร่วมกับแหล่งข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสาร วิเคราะห์ตีความข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แยกประเด็นที่น่าสนใจเป็นหมวดหมู่ (Thematic Analysis) และเปรียบเทียบข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้

ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 1 ศิลปินช่างภาพ (แอดมิน) และกลุ่มที่ 2 สมาชิกทั่วไป ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่มีความหมายเดียวกันและต่างกันมาตีความหมาย ดึงข้อความสำคัญบางประโยคที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย มาวิเคราะห์สร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้รวบรวมมา เปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการคิดและการตีความหมายของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แล้วนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

การตรวจสอบข้อมูล 1) ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) คุณภาพของเครื่องมือ ก่อนทำการสัมภาษณ์ด้วยการส่งชุดคำถามให้แก่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในด้านทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ทำการตรวจสอบ โดยเน้นความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความครอบคลุมของข้อคำถาม 2) ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยเลือกการตรวจสอบแบบสามเส้าข้อมูล (Data Triangulation) ของแหล่งข้อมูลที่ต่างกัน ได้แก่ แหล่งข้อมูลบุคคล คือ ศิลปินช่างภาพ และสมาชิกทั่วไป แหล่งข้อมูลจากการสังเกต และแหล่งข้อมูลเอกสาร จากเว็บไซต์ กลุ่มสาธารณะแฟนเพจเฟซบุ๊ก Street Photo Thailand แล้วจึงตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีรวบรวม

ข้อมูล (Methodological Triangulation) คือการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ และการรวบรวมข้อมูลเอกสาร

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในกลุ่ม Street Photo Thailand” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสัญลักษณ์และความหมายที่สมาชิกกลุ่ม Street Photo Thailand ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กันผ่านกลุ่มสาธารณะ ภายใต้แฟนเพจเฟซบุ๊ก ตลอดจนอัตลักษณ์ร่วมที่กลุ่มสมาชิกสร้างขึ้น มีผลการศึกษาดังนี้

1. สัญลักษณ์และความหมายที่กลุ่มสมาชิก Street Photo Thailand ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กันผ่านกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) ภายใต้แฟนเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage)

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสังเกตบนกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า กลุ่ม Street Photo Thailand ได้มีการสร้างกฎระเบียบในการโพสต์ภาพ และการอยู่ร่วมกันในกลุ่ม เนื่องจากจุดประสงค์ของการเปิดกลุ่มสาธารณะนั้นชัดเจนคือสร้างพื้นที่ในการเผยแพร่ผลงานภาพถ่ายสตรีทหรือภาพถ่ายข้าง

ถนน ดังนั้นภาพที่โพสต์ในกลุ่มจึงไม่ใช่ภาพแบบใดก็ได้ แต่ต้องมีคุณลักษณะที่เข้าข่ายความเป็นภาพสตรีท ดังนั้นเหล่าศิลปินช่างภาพที่รับบทบาทเป็นแอดมินในกลุ่มนี้จึงต้องสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาพสตรีท โดยเริ่มจากการเขียนกฎเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนในหน้ากลุ่มสาธารณะ อาทิ ภาพที่ลงต้องเป็นไปในแนวทางของ Street Photography คือการถ่ายภาพผู้คนหรือไม่มีคนในที่สาธารณะ ไม่มีการจัดฉาก และต้องมีความคิดสร้างสรรค์ โดยจะถ่ายจากกล้องประเภทใดก็ได้ แต่ต้องถ่ายด้วยตนเองเท่านั้น กรณีโพสต์บทความต้องเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพสตรีทหรือใกล้เคียง ในส่วนของกฎข้อห้าม อาทิ การถ่ายภาพขอทาน วนิพก การใส่กรอบ ข้อความ หรือลายน้ำบนภาพที่โพสต์ รวมไปถึงการใส่ลิงก์ (Link) ที่เชื่อมโยงไปยังรูปภาพหรือเพจตนเอง เพื่อโปรโมท (Promote) หรือการขาย เป็นต้น ซึ่งแอดมินจะมีสิทธิในการลบโพสต์ที่ทำผิดกฎ

สัญลักษณ์ อันเป็นสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ ของกลุ่ม Street Photo Thailand เพื่อบอกตัวตนต่อสังคมว่ากลุ่ม Street Photo Thailand เป็นแบบใดหรือแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร ตลอดจนมีใครเป็นพวกเรบ้าง อย่างไรก็ตามสัญลักษณ์คือสิ่งที่มนุษย์ทั้งให้ความหมายและต่อรองความหมายกันกับคนในสังคม จากการสังเกตร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาที่มี

ผลการวิจัยที่สอดคล้องกัน ซึ่งผู้วิจัยพบว่า
สัญลักษณ์ที่กลุ่มสมาชิก Street Photo Thailand
สร้างขึ้นมีดังนี้

1) ภาพถ่ายสตรีทหรือภาพถ่าย ข้างถนน (Street Photography)

เมื่อกล่าวถึงหลักของกลุ่มคือการโพสต์ภาพ
สตรีทเท่านั้น โดยมีแอดมินเป็นผู้คัดกรองและ
อนุมัติให้เผยแพร่บนกลุ่มสาธารณะ ดังนั้นสิ่งที่
เป็นประเด็นถกเถียง และพยายามให้
ความหมายกันอยู่เสมอคือ ภาพสตรีทเป็นแบบ
ใด? ทำไมภาพที่ตนโพสต์ถึงไม่ผ่าน? สำหรับ
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มแรก คือ ศิลปินช่างภาพ
ได้รับอิทธิพลความหมายของภาพสตรีทจาก
ช่างภาพกลุ่ม iN-PUBLIC ซึ่งเป็นคอลเลกทีฟ
(Collective) รวบรวมช่างภาพสตรีทที่แรกของ
โลกและมีชื่อเสียง จึงเป็นกลุ่มต้นแบบในการ
ก่อตั้งกลุ่ม Street Photo Thailand โดย Nick
Turpin ผู้ก่อตั้งกลุ่ม iN-PUBLIC ได้ให้
ความหมายไว้โดยกว้างว่า “Unposed-public”
คือการถ่ายในที่สาธารณะ โดยไม่มีการจัดฉาก
หรือแต่งเติมใด ๆ ซึ่งกลุ่ม Street Photo
Thailand ได้เพิ่มเป็น Unposed, Public and
Creative คือการถ่ายในที่สาธารณะ **ไม่มี**
การจัดฉาก และมีความคิดสร้างสรรค์
เบื้องต้นสมาชิกทั่วไปได้เรียนรู้ตามคำจำกัด
ความที่แอดมินได้เขียนไว้ข้างต้น โดยผู้ให้
ข้อมูลสำคัญทั้ง 12 คนได้มีทัศนะและรับรู้

ความหมายที่สอดคล้องกันทุกคน แต่ความคิด
สร้างสรรค์ คือสิ่งที่สมาชิกต่างพยายาม
ตีความหมายผ่านมุมมองและเทคนิคการ
ถ่ายภาพต่าง ๆ โดยเรียนรู้จากภาพของ
ช่างภาพสตรีทระดับโลก และภาพของสมาชิก
คนอื่น ๆ ที่ผ่านการแอฟพรว์จากแอดมิน ซึ่ง
จำนวนการไลก์ (Like) และแชร์ (Share) มีผล
ต่อการรับรู้ของสมาชิก หากภาพลักษณะใดที่มี
จำนวนไลก์มาก หรือพบเห็นในกลุ่มบ่อย จะ
เกิดการผลิตซ้ำ

“เรียกว่าหาทางอะครับ เพราะว่าถ้าอยากรู้ว่า
เขาเลือกรูปยังงี้ ก็ต้องหาทางดูใช้ปะ เราก็ใช้
วิธีการว่าเรา เราไม่ได้มองว่า ทำไมรูปนั้นได้อะ
เรามองว่าทำไมรูปเราไม่ได้ เราไม่ได้มองรูปนั้น
เป็นปัญหา เรามองว่ารูปเราเป็นปัญหา จันเนี่ย
แปลว่า เราแก้ที่เรา ใช่มั้ย เราก็เลยแบบจันลองดู
จากงานเราว่าทำไมไม่โอเค แล้วเราก็ไปหาทาง
หนึ่งในเว็ยนั่นก็คือไปดูย้อนหลังว่าเขาทำอะไร”
(โอ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 63)

2) แอฟพรว์ หรือ Approved

“แอฟพรว์” คือคำที่กลุ่มใช้ในการ
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งจะมีทั้งคำภาษาไทย
และภาษาอังกฤษขึ้นอยู่กับแอดมินคนใดสะดวก
พิมพ์แบบใด การคัดกรองโพสต์บนเฟซบุ๊กเป็น
กลไกหนึ่งของเฟซบุ๊ก ที่แอดมินแพนเพจและกลุ่ม
สาธารณะภายใต้แพนเพจนั้น ๆ จะสามารถกด

อนุมัติโพสต์ต่าง ๆ ที่สมาชิกทั่วไปในกลุ่มนั้น โพสต์เข้ามาและเผยแพร่บนหน้าหลักของกลุ่ม หรือสามารถลบออกได้ และเนื่องจากแอดมินกลุ่ม Street Photo Thailand มีมากกว่า 1 คน ทำให้สมาชิกในกลุ่มจะไม่สามารถทราบได้ว่าแอดมินคนใดเป็นคนกดอนุมัติ อีกทั้งประเด็นการถกเถียงเรื่องภาพแบบใดคือภาพสตรีท? หรือทำไมภาพนั้นถึงผ่านการอนุมัติ? จนเกิดการเรียกร้องของสมาชิกทั่วไปที่ต้องการทราบว่าแอดมินคนใดเป็นคนกดอนุมัติภาพนั้น ๆ ดังนั้นกลุ่มแอดมินจึงยอมรับข้อตกลง โดยหลังจากแอดมินคนใดกดอนุมัติภาพแล้ว จะต้องโพสต์คอมเมนต์ใต้ภาพด้วยคำว่า “แอฟฟรูฟ” หรือ “Approved” เพื่อเป็นการการันตีและแสดงความรับผิดชอบ กรณีหากเกิดข้อสงสัยหรือทักท้วงจากสมาชิก แอดมินที่แอฟฟรูฟภาพนั้น ๆ จะมาตอบคำถามกับเหล่าสมาชิก อย่างไรก็ตามสำหรับสมาชิกศิลปินช่างภาพต่างเคาพการตัดสินใจและมุมมองของแอดมินแต่ละคน จึงไม่มีการทักท้วง นอกจากว่าจะเป็นภาพที่ดูสุ่มเสี่ยงต่อสถาบันต่าง ๆ เช่น ศาสนา จึงจะมีการเตือนกัน ทั้งนี้กลุ่มแอดมินยอมรับว่าการเลือกแอฟฟรูฟภาพอาจเป็นไปตามรสนิยมส่วนตัวของแอดมิน โดยมีมุมมองว่าไม่ใช่ปัญหา ตรงกันข้ามที่เข้าข่ายของแนวทางภาพสตรีทของกลุ่มคือ “ถ่ายในที่สาธารณะ ไม่มีการจัดฉาก และมีความคิด

สร้างสรรค์” อีกทั้งมองว่าเป็นผลดีต่อกลุ่มที่จะทำให้มีภาพถ่ายให้สมาชิกศึกษาอย่างหลากหลาย

3) SPT (เอสพีที)

กลุ่ม Street Photo Thailand จะมีชื่อย่อว่า “SPT” ซึ่งเริ่มต้นเกิดจากกลุ่มแอดมินที่มักใช้ในการสื่อสารกันเองก่อน และใช้พูดคุยเมื่อพูดถึงกลุ่มในกิจกรรมออฟไลน์ต่าง ๆ ที่กลุ่มจัดขึ้น สมาชิกทั่วไปที่อยู่กับกลุ่มมาในระยะหนึ่งจะมักได้ยินคำนี้ ทั้งจากการโพสต์ในกลุ่มของแอดมิน และจากการพบปะแอดมินในงานกิจกรรมข้างต้น ทั้งนี้ในปัจจุบัน กลุ่มได้มีอีก 1 แพลตฟอร์มคือ อินสตาแกรม เพื่อคัดภาพระดับคุณภาพของสมาชิกทั่วไปจากกลุ่มสาธารณะ ภายใต้แฟนเพจเฟชบุ๊กอีกหนึ่ง ซึ่งได้ใช้ภาพโปรไฟล์บนอินสตาแกรมว่า “SPT” ดังนั้นนอกจากสมาชิกของกลุ่มคนที่สนใจและติดตามวงการภาพสตรีทเท่านั้น ก็จะเข้าใจว่า SPT คือชื่อคอลเลกทีฟ Street Photo Thailand

2. การสร้างอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) Street Photo Thailand

จากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์พบว่าสมาชิกบนกลุ่มสาธารณะภายใต้แฟนเพจเฟชบุ๊ก Street Photo Thailand นั้นมี 2 ประเภท คือ 1) แอดมิน ซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกศิลปินช่างภาพของ Street Photo

Thailand ซึ่งมีการแสดงรายชื่อของสมาชิกทั้งหมดรวม 29 คน และศิลปินช่างภาพชั้นครู 3 คน ที่เป็นเกสต์ (Guest) ให้กลุ่ม (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2565) บนเว็บไซต์ www.streetchphotothailand.com 2) สมาชิกทั่วไป ซึ่งเป็นผู้ใช้บนเฟซบุ๊กที่เข้ามาด้วยการกดเข้าร่วม (Joined) กลุ่มสาธารณะ และโพสต์ภาพถ่ายสตรีทร่วมกับสมาชิกคนอื่นบนกลุ่มสาธารณะอย่างสม่ำเสมอทั้งเข้าร่วมกิจกรรมออฟไลน์ (กิจกรรมในโลกแห่งความเป็นจริง) อื่นๆ ที่จัดขึ้นโดยกลุ่ม Street Photo Thailand

“กอล์ฟ” และ “นพ” เป็นแกนนำที่รวบรวมสมาชิกศิลปินช่างภาพกลุ่ม Street Photo Thailand ที่ช่วยกันทำงานทั้งกิจกรรมบนกลุ่มสาธารณะ เช่น การคัดกรองภาพของสมาชิกทั่วไป หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการของกลุ่มมีอยู่ไม่กี่คน เนื่องจากการรวมกลุ่มเป็นเพียงการรวมกลุ่มอย่างหลวม ไม่ได้มีผลประโยชน์ทางธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นเพียงความสมัครใจของสมาชิกที่พอจะมีเวลาเข้ามาช่วย เนื่องจากว่าสมาชิกทุกคนมีภาระหน้าที่ อาชีพหรืองานประจำกัน

“มันก็แบบได้เท่าที่ได้ ใครอยากมาช่วยก็มา ณ วันนั้นะ ใครไม่ว่างก็ตามใจ ใครอยากโพสต์ก็โพสต์ ใครอยากเข้าก็เข้า ใครอยากออกก็ออก ออกไปซื้อก็ยังอยู่ ออกปาวก็ไม่รู้ ไม่รู้มีใคร

ออกไปบ้าง ชีบบนเว็บยังมีครบหมดทุกคน เราก็ไม่ได้อะไร อย่างเมื่อนอกคนนั้นคนนี้ไม่ตรงจุดประสงค์เขาเชิญออก แต่ของเราก็มองไป” (กอล์ฟ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 ธ.ค. 63)

“ซึ่งก็ต้องเข้าใจว่าการรวมกลุ่มของช่างภาพสตรีทโฟโต้ไทยแลนด์ มาจากคนที่ทำงานอยู่แล้ว ซึ่งเขาก็ไม่ได้มีรายได้ในการทำกลุ่ม กลุ่มนี้ไม่ได้ให้รายได้อะไรมากระับ คือคนที่มาใจรักมาทำกัน แล้วคนก็ไม่ค่อยมีเวลา คนทำงานก็เริ่มน้อยลง จากกลุ่มมี 10 คน คนทำงานก็ประมาณ 2 คน 3 คน มันไปตามหลักปกติของกฎ 10 20 30 ซึ่งมี 100 นี่ก็ต้องทำ 20 คน นี่ก็เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของการทำงานกลุ่ม ผมว่าอะไรที่มีเรื่องผลประโยชน์ อะไรที่เกี่ยวข้องกับเงิน มันไม่สนุกนะ แต่ว่ากลุ่มนี้มันเป็นกลุ่มที่มีประโยชน์ แล้วมันก็ยังสามารถผลักดันคือ สตรีทโฟโตกราฟีเมื่อสิบปีก่อนกับตอนนี้มันต่างกันมากมายนะ จากตอนแรกเหมือนของเล่นแระ ตอนนี่กลายเป็นแบบมีแต่คนถ่ายสตรีทกัน เราก็เป็นส่วนหนึ่งของการผลักดัน” (นพ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 62)

สมาชิกที่เป็นศิลปินช่างภาพมีที่มาจากทั้งจากการส่งผลงานสมัครเข้ามา (Submission) และจากการพบเห็นผลงานภาพถ่ายถูกเชื้อเชิญจากสมาชิกศิลปินช่างภาพของกลุ่ม Street Photo Thailand ที่ลงมติร่วมกันในกลุ่มว่า

ต้องการเชิญใครเข้ามา ในส่วนของสมาชิกทั่วไปต่างมีที่มาในการรู้จักกลุ่ม Street Photo Thailand แตกต่างกันไป บางคนรู้จักจากการเห็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กแชร์ภาพถ่ายจากกลุ่มสาธารณะ Street Photo Thailand ในหน้าฟีด⁶ (Feed) บางคนเริ่มจากการสนใจเกี่ยวกับภาพถ่ายสตรีทหรือภาพถ่ายข้างถนน จึงค้นหาข้อมูลบนกูเกิล (Google) และเฟซบุ๊ก จนพบแฟนเพจเฟซบุ๊ก จึงกดไลก์ (Like) แฟนเพจ และพบเห็นว่าเพจได้สร้างกลุ่มสาธารณะเพื่อเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถกดเข้าร่วมเพื่อโพสต์ภาพถ่ายสตรีทของตนเองได้ จึงเข้าร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ ที่กดเข้าร่วมกลุ่มสาธารณะนี้เช่นกัน

“อี่” เคยทำงานสายโฆษณาและปัจจุบันเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งไม่เคยถ่ายภาพมาก่อน อี่พบเห็นกลุ่ม Street Photo Thailand จากการเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กกับ 1 ในสมาชิกศิลปินช่างภาพซึ่งเป็นแอดมินที่ได้แชร์ภาพถ่ายจากกลุ่มสาธารณะของ Street Photo Thailand ในหน้าฟีด กล่าวว่า การได้เข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม Street Photo Thailand ทำให้ได้พบกับงานอดิเรกที่ช่วยให้คลายเครียดจากงานประจำเป็นอย่างมาก จากคนที่ถ่ายภาพไม่เป็น ได้พยายามฝึกถ่ายภาพสตรีทจากการศึกษาดูภาพของสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม และอ่านคำแนะนำถ่ายตามแนวทางที่

แอดมินได้โพสต์หรือตอบคอมเมนต์ของคนอื่น ๆ ในกลุ่ม รวมไปถึงเข้าร่วมกิจกรรมเวิร์คชอป (Workshop) ที่ทางกลุ่มได้จัดขึ้นเพื่อสอนถ่ายภาพสตรีทสำหรับผู้สนใจ จนสามารถถ่ายภาพแนวสตรีทและผ่านการกดแอฟฟิวจากแอดมินกลุ่มในที่สุด นอกจากนี้การได้เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มทำให้อี่ได้เพื่อน และสังคมใหม่ที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน ได้นัดเจอกันเพื่อไปถ่ายภาพสตรีทด้วยกัน ให้คำแนะนำช่วยกันวิจารณ์ภาพถ่ายของกันและกัน จนกลายเป็นกลุ่มเพื่อนที่สนิทและพบปะพูดคุยกันเกินกว่าเรื่องภาพถ่าย กลุ่ม Street Photo Thailand จึงเปรียบเสมือนคลังความรู้เกี่ยวกับวงการการถ่ายภาพสตรีท และพื้นที่ที่สามารถแสดงผลงานศิลปะภาพถ่ายสตรีทสำหรับเธอ เพราะภาพที่ถูกเผยแพร่บนกลุ่มนั้นถูกคัดอย่างเข้มข้นโดยแอดมิน ที่มีคุณภาพทั้งในแง่องค์ประกอบศิลป์ที่สวยงาม รวมไปถึงภาพต้องมีการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและสร้างความรู้สึกับบางคนได้

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบอีกว่าสมาชิกทั่วไปส่วนใหญ่ที่กดเข้าร่วมกลุ่ม Street Photo Thailand คือกลุ่มคนที่ต้องการหากิจกรรมยามว่าง หรืองานอดิเรกทำเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน รวมทั้งเริ่มจากการชื่นชอบการถ่ายภาพและกล้อง แต่ไม่มีแนวทาง

⁶ ฟีด (Feed) คือ รายการเรื่องราวอัปเดตอย่างต่อเนื่องที่อยู่หน้าหลักของเฟซบุ๊ก ประกอบไปด้วย การอัปเดตสถานะ

รูปภาพ วิดีโอ ลิงก์ และการกดถูกใจของผู้คน แฟนเพจ และกลุ่มที่เราติดตามบนเฟซบุ๊ก

ว่าจะถ่ายภาพแบบใดที่สนุกและถ่ายได้ทุกที่ทุกเวลา จนมาพบกับภาพถ่ายสตรีทหรือภาพถ่ายข้างถนนนี้ ซึ่งตอบใจหทัยดังกล่าว อีกทั้งเป็นประเภทภาพถ่ายที่มีความเป็นศิลปะที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ จึงมีความท้าทายในการที่จะหามุมมองที่น่าสนใจและโอเคเดียวการถ่ายภาพเพื่อให้ภาพนั้นน่าดึงดูด เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เพราะภาพจะถูกเผยแพร่บนกลุ่มสาธารณะได้ ต้องผ่านการอนุมัติหรือแอปพอร์ฟ (Approved) จากแอดมิน อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะเข้าร่วมกลุ่มมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และมีประสบการณ์ถูกแอดมิน แอปพอร์ฟภาพให้ผ่านบ่อยครั้ง ถึงอย่างไรสมาชิกทั่วไปจะไม่มองว่าตนเป็นช่างภาพสตรีท (Street Photographer) ด้วยเหตุผลที่ยังคิดว่าความสามารถของตนยังไม่มากพอ อีกทั้งการนิยามตนเองแบบนั้นเป็นการจำกัดแนวทางการถ่ายของตนมากเกินไป แต่นิยามตนเองว่าเป็นผู้ที่รักการถ่ายภาพสตรีท ในส่วนของศิลปินช่างภาพมีทัศนคติที่สอดคล้องกันคือ การไม่พยายามนิยามตนเองว่าเป็นช่างภาพสตรีท หากใครจะเรียกตนแบบนั้นก็ยินดี แต่มองตนเองเป็นช่างภาพที่รักการถ่ายภาพแนวสตรีทเท่านั้น ทั้งนี้สมาชิกทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติต่อมุมมองที่คนภายนอกมองช่างภาพสตรีทในทิศทางลบเหมือนกัน เช่น การไม่เข้าใจในวิธีการถ่ายของคนภายนอก หรือกังวลว่าช่างภาพเหล่านี้จะถ่ายภาพติดหน้าของตนเองหรือไม่ รวมไปถึงการมองว่าอาจเป็นคนที่มีความ

จึงมีเวลาว่างในการถ่ายรูปเล่นเป็นงานอดิเรก ในทางกลับกันสมาชิกทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติต่อคนที่ถ่ายภาพสตรีทเช่นพวกเขาว่า ต้องเป็นคนที่มีความช่างสังเกตสูง มีความพยายามและอดทนรอที่จะกดชัตเตอร์จับจังหวะภาพในมุมมองที่จินตนาการไว้ นอกจากนี้ยังมองว่าเป็นคนที่มีความต้องการที่จะสื่อสารอะไรบางอย่างผ่านภาพ และมีความเครียดจากชีวิต จึงใช้การถ่ายภาพสตรีทเป็นกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มความสนุกในชีวิต

ทางด้านความสัมพันธ์กันของสมาชิก ผู้วิจัยศึกษาด้วยการสังเกตบนกลุ่มสาธารณะและการเข้าร่วมกิจกรรมออฟไลน์ พบว่า กลุ่มสมาชิกจะปฏิสัมพันธ์กันผ่านกลุ่มสาธารณะ โดยในช่วงเริ่มต้นสมาชิกใหม่ที่เข้ามาจะโพสต์ภาพถ่ายและดูภาพของคนอื่น ๆ ในกลุ่มเท่านั้น การคอมเมนต์พูดคุยจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภาพถ่ายสตรีทหรือข้อสงสัยในวิธีการถ่ายเป็นหลัก รวมถึงการคอมเมนต์ชื่นชมภาพ การไลก์ (Like) ภาพ หรือช่วยแชร์ (Share) ภาพที่ตนเองชอบเป็นพิเศษ การพัฒนาความสัมพันธ์มักเริ่มจากการพบเจอกันในโลกแห่งความเป็นจริงตามกิจกรรมที่แอดมินกลุ่ม Street Photo Thailand ได้จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ เช่น กิจกรรมนิทรรศการภาพถ่าย (Exhibition) เวิร์คชอป (Workshop) โฟโตวอล์ค (Photo Walk) เป็นต้น รวมไปถึงนิทรรศการแสดงผลงานภาพถ่ายส่วนตัวของ

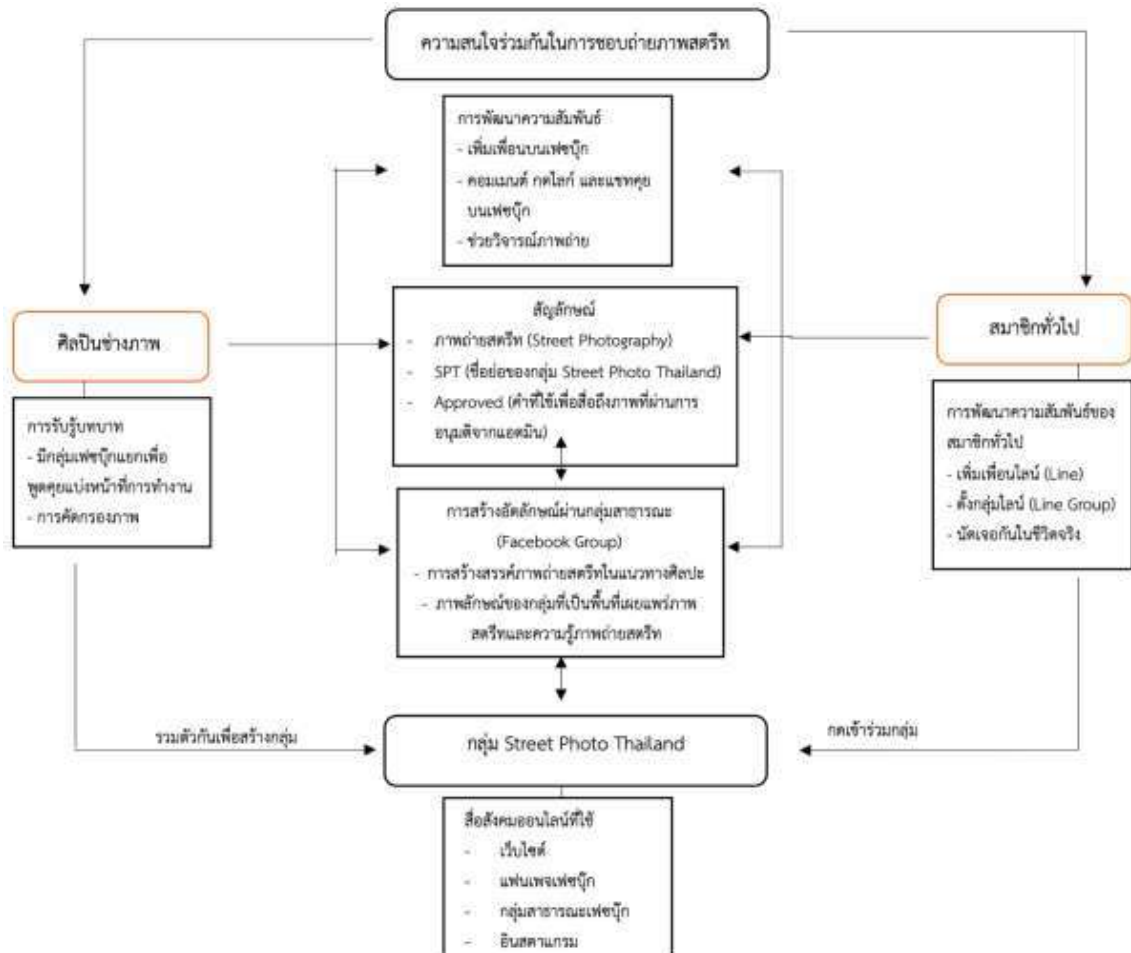
เหล่าสมาชิกศิลปินช่างภาพกลุ่ม Street Photo Thailand ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า จากการพบปะตามงานต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ทั้งสมาชิกทั่วไปและแอดมินได้เจอกัน สมาชิกมีการพัฒนาความสัมพันธ์ไปสู่การเพิ่มเพื่อนกันในบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวของตนเอง การเจอกันในครั้งต่อ ๆ ไปที่สมาชิกทั่วไปกลัวที่จะเข้าหาทักทายแอดมิน หรือแม้แต่นำภาพถ่ายตนเองมาให้แอดมินช่วยวิจารณ์หรือคอมเมนต์ ในส่วนความสัมพันธ์ของสมาชิกทั่วไปด้วยกันเอง มีการแอดไลน์ (Line) ตั้งกลุ่ม (Line) ในการนัดเจอกันถ่ายรูป และทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกัน พัฒนาความสัมพันธ์สู่ความเป็นเพื่อน พี่น้อง ที่การพูดคุยนั้นเปลี่ยนไปสู่การคุยเรื่องทั่วไปที่นอกเหนือจากเรื่องภาพถ่าย

“ต้องบอกก่อนว่ากลุ่มสตรีทมันจะมีขำจร กับ ขาประจำ มันจะมีขำจรที่เข้ามาแล้วรู้สึกที่เราไม่ใช่ทาง แปปนึ่งก็ออกไป เขาจะไม่ได้อินแต่ขาประจำ ก็จะเห็นกลุ่มนี้เรื่อย ๆ ไปเวิร์คชอปไหน หรือไปเดินที่ไหนก็จะหน้าเดิม ๆ ก็เลยรู้สึกว่างจริง ๆ สตรีทแคบนะ เพราะว่าคนที่เล่นจริง ๆ ไม่ได้เยอะ แต่คนที่มาโพสต์รูปอะขำจรเยอะ ก็คือเราจะคุ้นหน้ากันว่าใครเป็นคนที่เล่นบ่อย ๆ ขำจรที่มานอออนไลน์ก็อาจจะมึบ้าง เหมือนเขาก็อาจเพิ่งเริ่มหัด เพิ่งเริ่มสนใจ ขอเรียนดู บางคนก็รู้สึก

ไม่ใช่ทาง ก็ไป” (อี(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 18 พ.ย. 62)

จากผลการศึกษาทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในกลุ่มสาธารณะของสมาชิก Street Photo Thailand และการสังเกตควบคู่การสัมภาษณ์เชิงลึก การใช้สัญลักษณ์และสร้างความหมายเพื่อใช้ในการปฏิสัมพันธ์กันภายในกลุ่ม ผู้วิจัยพบว่า ผลวิจัยมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ “สัญลักษณ์” ที่สมาชิกต่างต่อรองความหมายตามประสบการณ์ของตนเองอย่างชัดเจนภายในกลุ่ม นั่นคือ ภาพสตรีทหรือภาพถ่ายข้างถนน (Street Photography) โดยสมาชิกทั่วไปต่อรองผ่านสร้างสรรค์ภาพถ่ายในแบบที่ตนเข้าใจ การถูกแอฟฟุฟสำหรับสมาชิกทั่วไปถือเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าตนเข้าใจในการถ่ายภาพสตรีทแล้ว ในขณะที่แอดมินเลือกแอฟฟุฟภาพในสไตล์ (Style) หรือเทคนิคต่าง ๆ เพื่อแสดงให้เห็นสมาชิกทั่วไปได้รับรู้ว่าภาพถ่ายแนวสตรีทสามารถเป็นภาพแบบใดได้อีกบ้าง จากภาพที่ถูกเผยแพร่บนกลุ่ม อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นสมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ การมีผลงานภาพถ่ายสตรีทเป็นที่ประจักษ์จากการชนะการประกวดของศิลปินช่างภาพ และการมีประสบการณ์โพสต์ภาพถ่ายสตรีทที่ตนเองสร้างสรรค์และถูกแอดมินกดแอฟฟุฟของสมาชิกทั่วไป นอกจากนี้การมีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ของกลุ่ม ยังเป็นสิ่งที่ทำให้

สมาชิกมีความรู้สึกเป็นพวกพ้องกับกลุ่ม ด้วยการมีผลงานภาพถ่ายสตรีทของตนเองที่นำไปแลกเปลี่ยนกันดู ได้พูดคุย ช่วยกันวิจารณ์ภาพนัดไปถ่ายภาพด้วยกัน เป็นต้น อย่างไรก็ตามการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องของกลุ่มยังเป็นสิ่งที่ช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม รวมไปถึงมีส่วนช่วยเพิ่มจำนวนสมาชิกให้เข้าร่วมกลุ่มและโพสต์ภาพเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เพราะกระแสดความนิยมของภาพสตรีท ที่กลุ่ม Street Photo Thailand ช่วยกันผลักดัน สร้างช่างภาพสตรีทหน้าใหม่ที่ส่งภาพประกวดในเวทีระดับนานาชาติ จนกลุ่ม Street Photo Thailand เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศและถูกพูดถึงในวงการภาพถ่ายสตรีททั่วโลกในฐานะ 1 ใน “Street Photography Collectives” จากประเทศไทย (exibartstreet, n.d.) รวมทั้งถูกกล่าวไว้ในหนังสือ “Photography In Southeast Asia : A survey” ว่าเป็นการเคลื่อนไหว (Movement) ในวงการศิลปะหนึ่งของประเทศไทย ที่ทำให้เกิดการตื่นตัวของการถ่ายภาพสตรีท (Zhuang Wubin, 2016) ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกกลุ่ม Street Photo Thailand ได้ดังแผนผังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แผนผังรูปแบบการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วม กลุ่ม Street Photo Thailand

อภิปรายผล

Street Photo Thailand เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวกันทั้งทางสังคมกายภาพและได้สร้างชุมชนออนไลน์เพื่อเป็นพื้นที่ในการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่ชื่นชอบในภาพถ่ายสตรีทหรือภาพถ่ายข้างถนน (Street Photography) เหมือนกัน โดยใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) .ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับวงการภาพถ่ายสตรีท และสร้างกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) เพื่อเป็นพื้นที่ให้ผู้ที่ใช้เฟซบุ๊กสามารถโพสต์ภาพถ่ายสตรีทของตนเอง และศึกษาดูภาพถ่ายของสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่มได้โดยจะมีแอดมินเป็นผู้คัดกรองกดแอฟฟวูฟภาพที่เป็นไปในแนวทางภาพสตรีท ทั้งนี้สมาชิกทั่วไปที่เป็นขาประจำและมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มสมาชิกคนอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง มักเป็นสมาชิกทั่วไปที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมออฟไลน์ต่าง ๆ ที่กลุ่ม Street Photo Thailand จัดขึ้น

สัญลักษณ์และความหมายในกลุ่ม Street Photo Thailand เช่น ภาพถ่ายสตรีทเกิดขึ้นจากการสื่อสาร ดีความ ต่อรอง และตอบสนองของแต่ละบุคคล กล่าวคือ คนเราจะสามารถเข้าใจความหมายต่อสัญลักษณ์ และดีความจากอิทธิพลของประสบการณ์ภูมิหลัง ผู้ที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม Street Photo Thailand เท่านั้นจึงจะเข้าใจสัญลักษณ์ อันเป็นผลผลิตของ

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพราะการที่มนุษย์จะเรียนรู้ความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้ จำเป็นจะต้องอาศัยการขัดเกลาและผ่านการปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในสังคมนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ Blumer ที่กล่าวว่าประสบการณ์ที่มนุษย์ได้รับล้วนผ่านกระบวนการของการแปลความหมายทั้งสิ้น ทั้งวัตถุ ผู้คน สถานการณ์ หรือเหตุการณ์ ทุกสิ่งไม่มี ความหมายในตัวมันเอง แต่เป็นความหมายที่เกิดจากแนวคิดของแต่ละบุคคล การให้ความหมายแก่ประสบการณ์ที่ได้รับ (Blumer, 1969) อีกทั้งมนุษย์ให้ความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ รอบตัวรวมตัวเราเอง และปฏิบัติต่อสิ่งนั้นบนพื้นฐานตามความหมายที่มนุษย์ให้แก่มัน (Blumer, 1969 : p. 2-5 อ้างถึงใน ชัยญวัธน์ บ่อคำ, 2561) ดังเช่นการใช้คำว่า ‘SPT’ เป็นชื่อเรียกกลุ่มเพื่อง่ายต่อการสื่อสารกับสมาชิก และการใช้คำว่า ‘แอฟฟวูฟ’ หรือ ‘Approve’ ของแอดมิน เพื่อให้สมาชิกรับรู้ว่ายอมรับในภาพนั้น ๆ ของสมาชิกจึงกดอนุมัติให้เผยแพร่บนกลุ่มสาธารณะ

อัตลักษณ์ของกลุ่ม Street Photo Thailand หรือสิ่งที่บ่งบอกว่ากลุ่มมีความเหมือนหรือต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร รวมไปถึงคุณค่าที่สมาชิกได้สร้างร่วมกัน แสดงออกมาในรูปแบบของกลุ่มคนที่รักการถ่ายภาพประเภทเดียวกัน นั่นคือ Street Photography อีกทั้งกลุ่มคนที่กระหายในความรู้เกี่ยวกับภาพสตรีท จากการ

เข้ามาดูภาพของสมาชิกคนอื่นในทุกวัน การคอมเมนต์ถามแอดมินถึงวิธีการถ่ายรวมไปถึงการขอคำวิจารณ์ การพยายามโพสต์ภาพจนกว่าจะถูกแอดมินแอฟฟุฟ ด้วยจุดประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าตนเข้าใจภาพสตรีทแล้วหรือไม่ ถ่ายในแบบที่แอดมินซึ่งมีประสบการณ์มากกว่ายอมรับแล้วหรือไม่ เป็นต้น นอกจากนี้การตระหนักถึงมุมมองจากคนภายนอกที่มองกลุ่มช่างภาพสตรีทในภาพลักษณ์ที่อาจไม่ดีนัก เป็นสิ่งที่สมาชิกทั้ง 2 กลุ่มต่างช่วยกันผลักดันกลุ่มให้เป็นที่รู้จักทั้งในแง่สื่อกลางที่ให้ความรู้และเป็นพื้นที่แสดงผลงานศิลปะภาพถ่าย ด้วยการช่วยให้ความรู้เรื่องการถ่ายภาพสตรีทกับสมาชิกที่เข้ามาใหม่ การเขียนบทความให้ความรู้เกี่ยวกับวงการภาพสตรีทของแอดมิน รวมไปถึงการพยายามถ่ายภาพให้ได้คุณภาพดีที่สุด และการเข้าร่วมทุกกิจกรรมที่กลุ่ม SPT จัด ของสมาชิกทั่วไป เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มสามารถขับเคลื่อนดำเนินต่อไปได้ และมีแต่ภาพที่มีคุณภาพเผยแพร่บนกลุ่มสาธารณะนี้ เพื่อที่คนอื่นอีกจำนวนมากที่เข้ามาพบเห็นกลุ่มจะสามารถรับรู้ได้ว่า การถ่ายภาพสตรีทหรือภาพข้างถนนนี้ คือการสร้างผลงานศิลปะอย่างหนึ่งที่มากกว่างานอดิเรก สอดคล้องกับที่อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ได้อธิบายไว้ว่า การก่อรูปของอัตลักษณ์มีเนื้อหามาจากจิตสำนึกส่วนตัวหรือความคิดของปัจเจกและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ซึ่งเกิดจากการนิยามว่า ตัวเองคือ

ใคร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว หรือแสดงถึง (Signify) สิ่งอื่น ทั้งตัวเราและสภาพแวดล้อม โดยกระทำการผ่านการสร้างสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลครอบงำภายในสังคมนั้น ๆ เช่น ภาษา ภาพลักษณ์ และวัตถุต่าง ๆ อัตลักษณ์จึงมีความลื่นไหล เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทหรือสถานการณ์เฉพาะหน้าอย่างไม่รู้จบ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อหาค่าความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่กดเข้าร่วมกลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) ร่วมด้วย ว่าสมาชิกทั่วไปมีความพึงพอใจต่อการคัดกรองภาพของแอดมินมากน้อยเพียงใด รวมถึงศึกษาปัจจัยในการเข้าร่วมกลุ่มสาธารณะของสมาชิกทั่วไปว่ามีอะไรบ้าง
2. ควรศึกษาการปฏิสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ นอกจากเฟซบุ๊ก เช่น อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับผู้ชื่นชอบและแบ่งปันรูปภาพโดยเฉพาะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. เนื่องจากกลุ่มสาธารณะเป็นช่องทางที่ได้รับคามนิยม และเกิดกลุ่มที่มีเนื้อหาลักษณะคล้ายกันจำนวนมาก การมีสัญลักษณ์ที่ใช้

เพื่อป้องกันความเป็นพวกพ้องหรือสมาชิก
กลุ่ม จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ให้สมาชิก
ผูกพันต่อกันและกันและเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงสมาชิก
ให้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งสัญลักษณ์จะเป็น
ส่วนช่วยให้อัตลักษณ์ของกลุ่มมีความชัดเจน
ขึ้น เช่น การสร้างโลโก้ (Logo) แฮชแท็ก
(Hashtag) เครื่องหมายหรือชื่อเรียกแทน
สรรพนามบางอย่างที่รู้จักกันในสมาชิก
การมีสิ่งของที่ใช้ร่วมกัน อาทิ แ่งไฟของกลุ่ม
แฟนคลับเกาหลี

2. ควรมีการสร้างกิจกรรมทั้งบนออนไลน์และ
ออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมที่
สมาชิกทั่วไปสามารถมีส่วนร่วมและมีพื้นที่ใน
การแสดงผลงานภาพถ่ายเพิ่มนอกเหนือจาก
กลุ่มสาธารณะ (Facebook Group) เช่น การ
จัดแสดงผลงานภาพถ่าย (Exhibition) การ
จัดทำหนังสือภาพ (Photo Book) เพื่อรวบรวม
ผลงานภาพถ่ายของสมาชิกทั่วไปจัดทำจำหน่าย
เพื่อเป็นแรงจูงใจในการสรรค์ผลงานภาพถ่าย
ของสมาชิกคนอื่น ๆ อีกทั้งเป็นการระดม
เงินทุนในการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ในครั้งต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

จุฑามาศ ทองแก้ว. (2560). เฟซบุ๊กแฟนเพจ : อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม.

วิทยานิพนธ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ชนรรักษ์พร ศฤงคารนนท์. (2552). ภาพลักษณ์ของนักร้องเกาหลีในการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย:

ศึกษากรณี www.tvxq-dreamland.com. วิทยานิพนธ์. มานุษยวิทยามหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พันธกานต์ ทานนท์. (2564). ภาษา ดนตรี : การสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.

วารสารสื่อสารและการจัดการ นิตยสาร, ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2564), 1-21

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2561). ศิลปะภาพถ่ายและภาพยนตร์. นนทบุรี.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

สุภางค์ จันทวานิช. (2555). ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิขรา ศิริสาร (2556). "กระบวนการปฏิสัมพันธ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในแฟนเพจเฟซบุ๊ก: ศึกษาในกรณีแฟนเพจฮิปคิงดอม." วารสารวิทยบริการ 24(3): 1-17

รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข (2556). "ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์กับการอธิบายปรากฏการณ์สังคมจากมุมมองตัวแสดง."วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย 5(2): 69-86

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ:

คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติสาขาสังคมวิทยา

อาทิตย์ เลิศรักษ์มงคล (2559). "ประวัติศาสตร์การถ่ายภาพสตรีท History of Street Photography 101

ตอนที่ 1." from <https://siamstreetnerds.com/2016/06/24/ประวัติศาสตร์การถ่ายภาพ/>.

Vanitvha Wankawisant. (28 พ.ค.2563). ประเภทของ Facebook group มีอะไรบ้าง. สืบค้นจาก

<https://digitystyle.com/article/facebook-group/>

ภาษาอังกฤษ

Exibartstreet. (n.d.). Street Photography Collectives. <https://www.exibartstreet.com/collectives-2/>

Blumer, H. (1966). "Sociological Implication of the Thought of George Herbert Mead." American Journal of Sociology LXXI(5): 533-544.

Blumer, H. (1969). Symbolic Interaction : Perspective and Method. California, University of California Press.

Kath Woodward. (2004). Questioning identity : gender, class, ethnicity. London: Sage.

Zhuang Wubin. (2016). Photography in Southeast Asia: A Survey. Singapore: NUS Press.